1996-2014



18años VENDIENDO por e-mail

37 SECRETOS para usar tu e-mail como herramienta de marketing

Roberto Cerrada

CUADERNO DE MARKETING

¡18 AÑOS VENDIENDO POR EMAIL!

"Los 37 Mejores Secretos Que Me Han Ayudado A Construir Un Lucrativo Negocio Online Usando Con Maestría El E-Mail Marketing"

Cómo absorber suscriptores y explotar listas, ¡sin arruinarse!

VOLUMEN I

Los 10 Primeros Principios

***por* Roberto Cerrada ®**

www.CirculoDeMarketing.com

Información y derechos

AVISO: Este no es un informe gratuito, y en ningún caso deberás enviar este contenido o publicarlo en ningún sitio Web o lugar impreso. Por favor, recuerda que el éxito de cada uno depende de sus propios conocimientos, capacidad de aprendizaje, dedicación, deseo y motivación. Como en todo negocio, no podemos garantizar al cien por cien que vayas a obtener ingresos implementando las ideas expresadas en estos artículos. Ahora bien, deseamos que las ideas aquí expuestas te ayuden a construir un negocio fuerte y rentable.

AVISO LEGAL: La información presentada aquí representa el punto de vista del autor de la misma en su fecha de publicación. Debido a que las condiciones del mercado y las variables endógenas y exógenas que influyen en los negocios, el autor de esta publicación se reservan el derecho de alterar o modificar esta información basada en las nuevas condiciones. Esta publicación tiene únicamente un objetivo de información y no constituye contrato ni prueba del mismo. Ni el autor, ni los editores o los afiliados y socios de esta publicación asumen ninguna responsabilidad de los errores, inexactitudes u omisiones. Cualquier descuido en estos aspectos no es intencionado. Cualquier referencia a alguna persona u organización viva o muerta es puramente accidental.

¡Y parece que fue ayer! Érase una vez…

Todavía guardo en mi memoria con nostalgia, pero también con emoción, el sonido que hacía el modem de 14.000 baudios cuando se conectaba a la red para poder tener acceso al e-mail y saber si el producto que buscabas o la oferta que habías enviado había tenido ya una respuesta… ¡Qué emoción!

Corría 1995 cuando por primera vez descubrí internet a través de la red ComuServe que, para que hoy tú me entiendas, era una red dentro de la gran red de redes llamada internet.

Hoy ese concepto de red de redes se ha perdido, porque la velocidad y gratuidad de internet está al acceso de cualquiera, pero en 1995 las cosas pintaban de otra forma.

Para ponerte en situación, en aquella época, recuerdo que pagaba 19 Libras Esterlinas, cuando la libra valía lo que valía, un equivalente hoy a unos 300 euros al mes, por tan sólo 10 horas de conexión a la red Compuserve y – atención a esto – UNA HORA de salida a Internet para navegar por la World Wide Web con un primigenio navegador, hacía tan sólo 4 años que Berners-Lee – 7 de agosto de 1991 – había reportado en un newsgroup (grupo de noticias) el fin del proyecto de la primera web del planeta.

¿Te imaginas?... Tener que pagar ahora 300 € por tener conexión a la red durante sólo 10 horas al mes. ¡Cómo han cambiado las cosas en tan poco tiempo!

¿Pero por qué te cuento esto…?

Porque aunque ese dinero te pueda parecer una exageración en valor absoluto, no lo es tanto cuando puedes sacarle rendimiento económico a esa inversión y para mi así era.

En 1995 cree una empresa, recién había terminado mis estudios de master en Comercio Internacional ¿para qué?... Pues para poner en práctica lo que había aprendido ¡Claro!

Nunca he sido carne de contrato laboral, ni de trabajar para un patrono, con lo cual siguiendo mi instinto creé la "Compañía Europea de Comercio Exterior CECOEX, S.L." empresa que a día de hoy sigue existiendo – aunque sin actividad –

Mi objetivo era entrar en el mercado del Brokering de Comercio Internacional sirviendo de intermediario para exportadores e importadores en España. Partía de cero, sin contactos, sin experiencia, y eso sí, con las lecciones del master bien aprendidas.

En aquella época encontrar clientes no era lo difícil, sino al contrario, la clave era encontrar ofertas suficientemente atractivas, diferenciadas y exclusivas con las que negociar con los importadores españoles.

Piénsalo por un momento… ¿Qué oportunidades tenía un joven de poco más de 30 años sin experiencia internacional, sin contactos, sin conocimiento del mercado, para poder presentar a un importador algo que él ya no conociera o tuviera acceso. Empresarios que

habían echado los dientes importando productos para su negocio, incluso por generaciones.

Ninguna oportunidad ¿cierto?

Pero, hay amigo, yo tenía un ARMA SECRETA que ellos ni siquiera intuían.

En 1993, mi mentor Mariano Pascual, en aquellas ex director de Tulip Computers NV en España y Director General del Grupo Alce – el mayor grupo de distribuidores de informática de España - quien me alquilaba uno de sus despachos en Castellana, 162, para poder desarrollar mi carrera como consultor independiente, me introdujo en el mundo de la incipiente internet, a través de un BBS[1] a la que ellos estaban conectados.

Yo había conocido suficientemente la incipiente potencia de la red como para buscar la manera de sacar ventaja a esa herramienta que era internet y convertirla en mi ventaja competitiva en el mundo de los negocios internacionales.

Conforme avanzaba en mis estudios de comercio internacional, me puse a investigar cómo hacer de la tecnología mi gran baza en el mercado. Y así descubrí la red CompuServe.



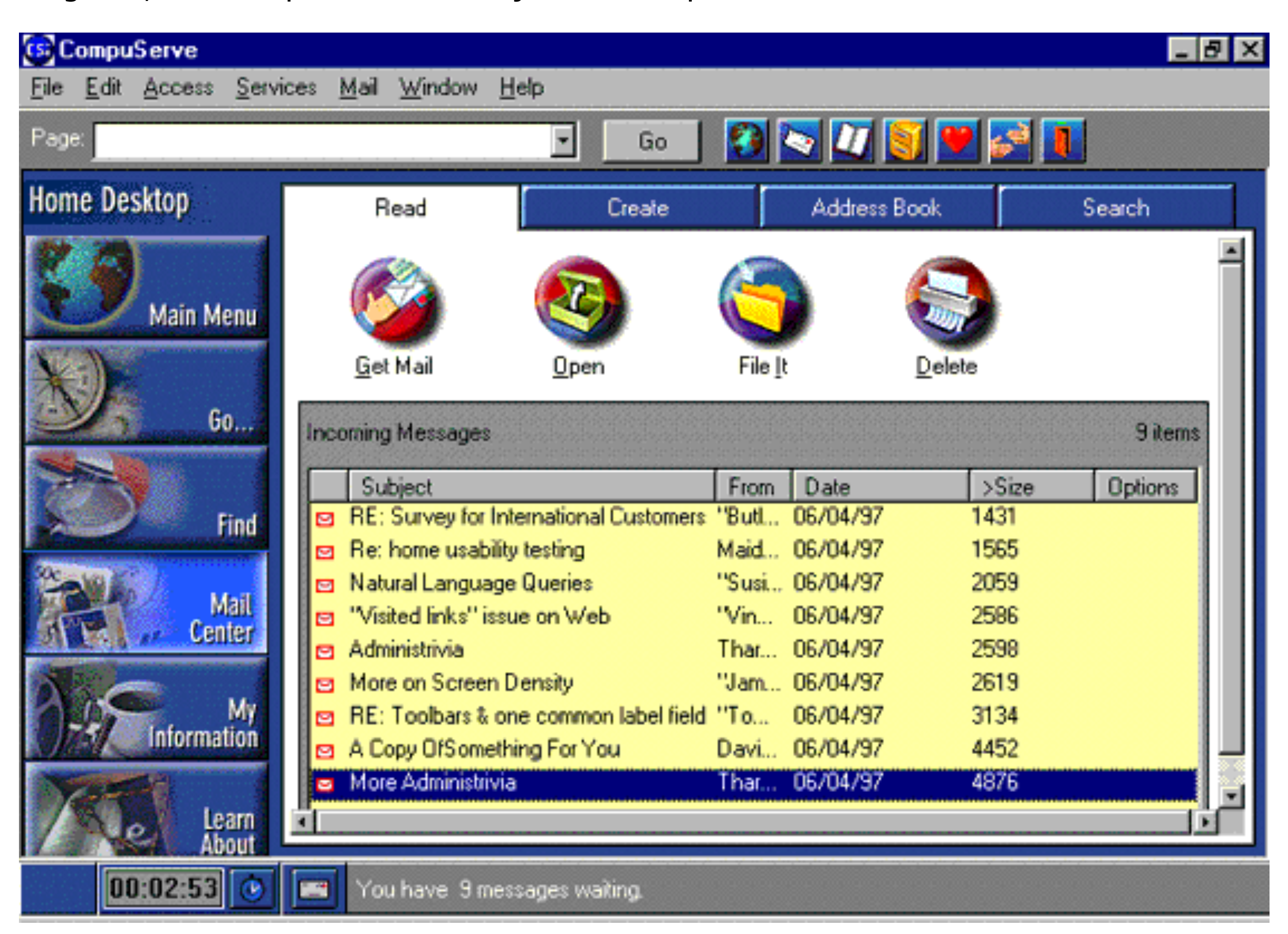
[Imagen: Aspecto que tenía el navegador de CompuServe en 1995 bajo Windows 3.11]
por cortesía de www.deondesigns.ca

[1] **BBS**: Un Bulletin Board System o BBS (Sistema de Tablón de Anuncios) es un software para redes de ordenadores/computadoras que permite a los usuarios conectarse al sistema (a través de internet o a través de una línea telefónica) y utilizando un programa terminal (o telnet si es a través de internet), realizar funciones tales como descargar software y datos, leer noticias, intercambiar mensajes con otros usuarios, disfrutar de juegos en línea, leer los boletines, etc. Más información: http://es.wikipedia.org/wiki/BBS

Abrí una cuenta y me dieron un e-mail, cuyo nombre no recuerdo bien, pero era algo así como 103200489@compuserve.com y este se transformaría en mi gran arma de marketing.

Al principio confieso que no sabía cómo utilizar esto, pero yo que siempre he sido un soñador, intuía que esa herramienta y el e-mail serían lo que me darían la ventaja. Lo intuía o bueno, era mi única esperanza.

El gran descubrimiento aquí fue encontrar los News Groups – Foros y Comunidades - más o menos lo que sería hoy un grupo de Facebook o de LinkedIn, pero en serio, sin imágenes, sólo compartiendo mensajes de texto pura información de interés.



Allí descubrí los foros de "comercio internacional" donde la gente compartía sus ofertas y demandaba productos.

Esta fue mi arma secreta para penetrar un mercado, sin experiencia, sin conocimiento y sin contactos. De repente, tenía más conexiones internacionales que la mayoría de los importadores y exportadores con años de tradición en el negocio.

Cuando sabía que un importador estaba buscando algo concreto, utilizaba mi "secreta red de conexiones internacionales" para recabar toda la información, precios, ofertas, dónde se podía conseguir ese producto, información, experiencias.

En mis reuniones con los posibles clientes – yo era broker, para mí un comprador era un cliente y también un vendedor – parecía como si hubiera echado los dientes en el negocio del cliente. Manejaba tanta información o más incluso a veces que él, con lo que era fácil de lograr en prácticamente unos instantes la credibilidad suficiente para conseguir el encargo.

¡Bendita Red de Redes!... ¡Qué época aquella cuando la información era poder…!

Así comencé y así por primera vez, ya en 1995, sacaba ventaja económica a la red internet. Desde entonces interne, me ha ido acompañando a lo largo de todos estos años de negocios, primero con CECOEX, luego dos años más tarde con Soluciones Eficaces y con otra compañía de tecnología Infonos e-consultores; desde 2005 con la Escuela Europea de Profesionales Y Expertos, y desde 2008 con el Club Círculo de Marketing, inspirado por aquellas primigenias comunidades de Compuserve.

Sin embargo, aunque la red internet y la información que me proporcionaba me permitieron entrar en el negocio del comercio internacional, no fue hasta 1996 – Febrero, para más señas - cuando logré cerrar mi primera operación de venta usando EL CORREO ELECTRÓNICO.

Era una mañana fría del mes de febrero en mi nueva oficina, el salón de mi casa, cuando con la taza de "Nesquik" en la mano – es mi desayuno desde que me acuerdo – me sentaba para conectarme a internet con aquel modem de 14.000 baudios y recoger lo que sería el primer correo electrónico con la aceptación de un cliente de los Estados Unidos, de mi oferta de alcachofas en conserva.

¡Qué emoción…! Un escueto e-mail (en un inglés que un británico desaprobaría) para desde Arizona, comunicarme que el negocio iba para adelante y que al día siguiente iniciaba los trámites para abrir la carta de crédito pagadera a 90 días en condiciones CIF, transferible, y con cláusula verde.

Era mi primera venta por e-mail…

En los tres años que duró aquel negocio, el e-mail era mi gran secreto y mi herramienta clave para prospectar el mercado, para conseguir productos y también clientes, además de buenos amigos en diferentes partes del mundo, con algunos de los que todavía conservo contacto.

Desde entonces el correo electrónico ha sido la base sobre la que he construido un negocio que me ha permitido vivir durante los últimos años, y es justo este año 2014, cuando puedo decir que he cumplido mi mayoría de edad con el e-mail marketing…

¡18 años vendiendo por e-mail…! Por fin soy mayor de edad ☺

Lo Que Vino Después…

El email fue, mucho antes de tener mi primera web, la herramienta que usé para armar y hacer crecer un negocio de comercio internacional en los albores de internet. Por eso me habrás escuchado decir alguna vez que se puede hacer negocio sin tener un sitio web, tan sólo con un e-mail y una red de contactos.

De hecho hoy en uno de mis talleres presenciales estrella: "JUEGA A GANAR", JAG para los amigos (http://www.dominamarketing.com/jag), que te permite en sólo 3 días diseñar tu negocio de Mentoring, Coaching o Asesoría a través de internet, a partir del modelo de negocio que yo realizo en la actualidad, te enseño cómo conseguir tus primeros 3 a 5 clientes de Mentoring haciendo algo muy parecido a lo que yo hacía en 1996, usando sólo el e-mail, sin web, sin siquiera las redes sociales…

Hoy se puede hacer un "muy buen negocio" a través de internet sin siquiera tener un sitio web o un blog, solamente utilizando de forma sensata la mayor herramienta que nunca ha tenido internet… ¡El Correo Electrónico!

Y esto es precisamente lo que vamos a ver a lo largo de las siguientes páginas de este libro, donde compartiré contigo ***37 principios clave*** – mis secretos a voces los llamo yo – que deberás tener en cuenta para desarrollar un lucrativo negocio usando tu e-mail.

¿Te apuntas?... PUES SÍGUE LEYENDO, APRENDE, y sobre todo, sigue mi ejemplo y PONLO EN PRÁCTICA…

¿Cómo Usar Esta Guía Que Tienes En Las Manos?

El mejor consejo que puedo darte es que leas todo el contenido una vez. Si puedes hazlo de un tirón, así tendrás el cuadro completo.

Luego, lee las secciones que no te quedaron claras, y si todavía te quedan dudas, te invito a publicarlas en la página que he creado en Facebook sobre este libro.

Puedes plantearlas de forma pública o privada, como quieras.

Pero AHORA, antes de que sigas adelante, lo primero que deberías hacer es DARLE "ME GUSTA" a la Página del Libro: http://www.circulodemarketing.com/fb18ave/



Hay muchos enlaces a sitios Web en este libro, así que es probable que sea mejor leer este libro mientras estás conectado a Internet para poder ver exactamente de lo que estoy hablando a través del libro.

Los 37 Principios Que Me Ayudaron A Construir Mis Negocios Sobre Una Lista De Marketing…

El dinero está en la lista, el dinero está en la lista, el dinero está en la lista, ¿cuántas veces has escuchado a cada gurú del planeta decir esto? ¿Cientos, miles?

PUES SORPRESA ¡El dinero NOOOOOOO está en la lista!

De hecho, si esto fuera verdad sería muy fácil hacerse millonario al instante, bastaría con comprar por menos de 20 € una lista con millones de direcciones de e-mail para enviarles un correo electrónico con nuestra oferta.

"No te dejes engañar con espejismos como este…"



Desafortunadamente no funciona ni ahora, ni ha funcionado siquiera en los albores de la red allá por los años noventa del pasado siglo. Y no funciona por varias razones.

- Para que alguien compre tu producto necesitas lograr credibilidad… ¿Qué credibilidad tienes con alguien que sin conocerte recibe un e-mail con tu gran promesa?
- Para que alguien abra tu e-mail primero ha de conocerte. Hoy lo primero que se mira no es el asunto del mensaje sino quién envía ese mensaje.
- Es altamente peligroso aquí en España y en otros países. Conforme a la ley de protección de datos y de sociedad de la información, para poder enviar información comercial la persona que la recibe ha debido previamente dar su consentimiento expreso para recibir esta información… ¿Lo dio la gente de esa base de datos fría?
- El propietario o propietaria de ese e-mail… ¿tienen el problema que tú resuelves?... ¿han mostrado interés por resolverlo?... En muchos millones de e-mails es posible que si tu producto es genérico encuentres a alguien que sí lo quiere, pero ¿de qué sirve si no tienes la credibilidad? A menos que sea un "cliente desesperado" no habrá venta.
- ¿Desde dónde vas a enviar ese mensaje?... Si lo envías desde tu correo electrónico la IP de conexión será metida como spam en cuanto envíes más de 1.000 correos a la hora a cualquier e-mail de Microsoft (50%), o de Yahoo, o de Google, el otro 30%... Y de qué sirve una base de datos si los e-mails no llegan.

Entonces ¿Cómo hacer las cosas?

Lo más rentable para tu negocio en internet es crear y hacer crecer tu propia lista de suscriptores voluntarios para poder establecer tu marketing…

Como te decía al inicio de este capítulo: ~~EL DINERO NO ESTÁ EN LA LISTA~~

"El DINERO ESTÁ EN COMO GESTIONAS ESA LISTA"

Para que se produzca una venta tu prospecto tiene que estar preparado para comprar y lo que me he dado cuenta es que la mayoría de las personas que compondrán tu segmento de mercado NO están preparadas para comprar…

Y aquí es donde viene la gran labor que puede hacer la lista de marketing para ti…

Tu lista y especialmente la relación que vayas a tener con esa lista es la que irá preparando – educando – a tus prospectos para ponerles en la mejor disposición para que quieran comprar tu producto o contraten tu servicio en vez del de la competencia.

Aquí es donde tienes que emplearte a fondo para desarrollar tu relación con las personas, que motivadas por ese incentivo y la expectativa de resolver su problema, se suscribieron cumplimentando el formulario de suscripción al que llegaron motivados por la promesa que vieron en tu anuncio, o la recomendación de alguien.

Pero la gran clave de todo esto es hacerlo rápido, antes de perder el MOMENTUM – inercia - ese estado de encantamiento que tus prospectos tendrán en esos primeros días de suscripción.

Pues bien, en las páginas siguientes vas a encontrar 37 principios clave que tienes que observar para crear, gestionar y motivar a los suscriptores de tu nueva lista de suscripción.

¡Por lo tanto, vamos directos con el primero de ellos!

Principio #1 - Hacer Tu Contenido Relevante Mantiene Felices A Tus Suscriptores Y Dispara La Cantidad De Gente Que Recomendará Tus Recursos A Sus Amigos

Cuando tú creas y gestionas una lista de suscripción te conviertes automáticamente en un editor… Editor de boletines de noticias o de contenidos de experto, pero editor en cualquier caso.

Y uno de los mayores problemas que veo que tienen los editores de boletines de noticias y revistas digitales es que escriben sobre temas que no le interesan a nadie en el mercado.

Ellos solo escriben sobre lo que ellos piensan que la gente quiere saber, sin hacer ningún tipo de investigación, lo que es un error enorme.

Otro problema es que los editores que tienen un mercado bien definido, no escriben el contenido que les interesa a sus lectores. No tiene sentido tener una revista digital sobre colecciones de monedas y publicar artículos sobre coleccionar estampillas, solo porque no se molestan en conseguir el contenido adecuado para su revista digital.

Esto se soluciona fácilmente. Envía un email preguntando a tus lectores qué quieren leer. También puedes suscribirte a otras revistas digitales en el mercado y ver sobre qué temas están escribiendo ellos.

[**RECORDATORIO**: No olvides que si tienes alguna duda sobre esto o quieres compartir tus ideas, de forma privada o pública, puedes hacerlo directamente a través de nuestra página de Facebook: http://www.circulodemarketing.com/fb18ave/]

Principio #2 – Agrega Más Formularios De Suscripción En Tu Sitio Web

La mayor parte del tráfico de tu sitio web de contenido o de tu blog del mercado no va a venir por la página principal sino por la suma de todas las páginas con artículos e información que tienes expuestas. Por lo tanto la clave aquí es que algún formulario de suscripción aparezca en cada una de las páginas de tu sitio.

Suena bastante simple pero muy poca gente lo hace realmente. Si tú tienes un sitio Web de contenido de 100 páginas, deberías tener 100 formularios de suscripción para tu boletín de noticias, tu recurso gratuito, es decir, para tu imán de prospectos.

Podrías añadir uno justo antes de que comience cada artículo, en el medio del artículo, o hasta en el final del artículo.

Mientras tengas buen contenido en tu sitio Web no tendrás problemas para conseguir que la gente se suscriba a tu boletín de noticias.

Puedes verlo en nuestro blog de marketing: http://www.marketing-inteligente.com

Un pequeño consejo muy práctico para aumentar los ratios de conversión…

Algo que a simple vista es una idea "peregrina" o de sentido común y sin embargo la mayoría de la gente no la utiliza para mejorar sus ratios de conversión.

La idea es muy sencilla: Cada 3 semanas cambia el formulario de suscripción de tus páginas. ¡De todas!

Lo que suele ocurrir es que si mantienes el mismo formulario de suscripción por los siglos de los siglos en tus páginas, la gente se acostumbrará a él y terminará siendo parte de la decoración.

Date cuenta que en un sitio web de generación de tráfico, por ejemplo tu blog del mercado, la mayor parte de la gente que lo visita será la misma a lo largo de los meses. ¿Por qué?

Porque si tu prospecto está interesado en la temática que tú desarrollas y tú escribes en tu blog del mercado de forma continua, esas páginas serán indexadas, compartidas en medios sociales, tuiteadas y retuiteadas. Esto impactará de nuevo a la misma gente que, porque este artículo es diferente, volverá a pinchar en el enlace para leer el post.

Si tú tienes el mismo formulario de toda la vida ya se habrá acostumbrado a él y si no se ha suscrito antes, no lo hará ahora, aunque visite tu página 10 veces.

La clave está en cambiar ese formulario.

Lo mejor, cada 3 semana poner un "Reclamo Nuevo", es decir, un "Lead Magnet" o "Imán de Suscriptores" nuevo para que la gente se suscriba a tu lista.

Y si no tienes 3 o 4 lead magnets para ir renovando, al menos cambia el formulario, dale otro aspecto, habla de algún otro beneficio para suscribirse a tu lista, o cambia el formato, la imagen, es decir, el aspecto.

Ahora lo que puedes hacer es crear tres formularios diferentes y rotarlos cada 3 semanas, de forma que no se hagan parte de la decoración a los visitantes recurrentes de tu sitio web.

Principio #3 - Ofrece Un Reclamo Adicional O Regalo Extraordinario

Especialmente cuando hablamos de crear listas basadas en un boletín de noticias, también conocido como newsletter, el ofrecer incentivos – regalos – para facilitar la suscripción puede ser una buena medida para mejorar tus ratios de conversión, pero también puede volverse en tu contra.

Ya sé que siempre te han dicho que para que la gente se suscriba a tu newsletter tienes que dar algo más, especialmente desde hace 7 u 8 años, cuando el correo electrónico se ha vuelto masivo.

Ahora bien, entendamos esto, tú puedes crear una lista de suscripción específica sobre un determinado "regalo" – informe confidencial – o mini curso, etc. Y esto está bien y te animo a hacerlo, porque son listas que responden muy bien. Pero cuando se trata de lograr suscriptores para un boletín entonces las cosas pueden ser diferentes.

De hecho el colocar incentivos puede distorsionar el verdadero motivo por el que la gente se suscribe a tu newsletter o boletín de noticias y hacer que luego la respuesta sea sustancialmente más baja que si la lista la has realizado por el propio interés del boletín.

Esto sucede especialmente cuando los regalos que se entregan no son propios o no están alineados correctamente con la temática del boletín que luego estarás enviando a tus lectores.

¿Qué puedes hacer con esto?

(1) Crear tus propios incentivos – Imanes de Suscriptores -, alineados con el contenido que luego vas a estar enviando a tus lectores.

(2) Empaquetar los boletines antiguos en ficheros PDF y utilizarlos como "incentivo" para la suscripción. Si tu prospecto está interesado en la temática, le encantará poder tener acceso a los artículos y boletines del pasado.

Es posible que estos boletines atrasados en PDF no los lean nunca, pero no importa, porque ¿sabes qué?... ¡Nos encanta coleccionar cosas! ☺

[**RECORDATORIO**: No olvides que si tienes alguna duda sobre esto o quieres compartir tus ideas, de forma privada o pública, puedes hacerlo directamente a través de nuestra página de Facebook: http://www.circulodemarketing.com/fb18ave/]

Principio #4 - Utiliza Ebooks Virales Gratuitos Para Conseguir Nuevos Suscriptores

Quieres conseguir miles de nuevos suscriptores para tu revista digital sin gastar un céntimo en publicidad y ya has probado todos los métodos mencionados antes pero, ¿aún quieres más?

¡El marketing viral es el camino para emprender! Escribiendo Booklets[2] Virales que consigan mucha circulación.

Escribir Booklets Virales no es nada nuevo pero aún es una buena forma de conseguir que tu boletín de noticias sea observado.

Hay unos pocos métodos que puedes utilizar para crear Booklets Virales.

Puedes hacerlos como un producto gratuito, o cobrarlos, otorgando derechos de reimpresión de los productos para que esas personas, a su vez, puedan entregar los productos generando algún ingreso en el proceso.

Yo prefiero la ruta de los derechos de reimpresión. Aunque aquí también hay una clave que consiste en escribir otro en cuanto se agota la energía del primer libro, ¡y luego otro y otro y otro y otro! Todos con el mismo método, todos con derechos de reimpresión y todos con el formulario de suscripción a tu boletín de noticias estampado dentro de ellos.

El objetivo real no es hacer dinero con la venta de los libros, es conseguir más suscriptores. En mi caso, rondando por la red habrá más de 40 booklets de estos que se entregaron o se vendieron con derechos de reventa y que sorprendentemente algunos, incluso después de 10 años, me los he encontrado promocionados para la venta en plataformas como Amazon o Bubook… Sorprendente ¿verdad?

Así que otra vez, encuentra un grupo de editores en tus mercados, hazles saber que has creado un nuevo Booklet con una carta de ventas que ellos pueden utilizar y promocionar directamente en sus sitios Web y entrégales una promoción de mailing que puedan usar. Diles que pueden obtener el libro de forma gratuita y que ellos pueden, vender el libro, o el libro y los derechos de reimpresión a sus clientes.

¡Esto es dinero fácil para ellos y más suscriptores para ti!

---

[2] BOOKLET: Es el nuevo término utilizado en marketing para diferenciar los ya populares Ebooks (o libros tradicionales en versión digital) de los antiguos ebooks gratuitos utilizados como reclamo e incentivo para lograr suscriptores. Estos Booklets pueden ser gratuitos o de pago por cantidades muy pequeñas, entre 1 y 3 euros o dólares.

Otro gran incentivo que puedes crear de forma sencilla es el hacer entrevistas de audio o vídeo con expertos en tu campo, también es una gran idea para conseguir más suscriptores (Ver principio #10 – Utiliza Mp3 Para Conseguir Más Suscriptores).

Principio #5 - Utiliza Ventanas Emergentes

Las ventanas emergentes son todavía formas efectivas de conseguir suscriptores, especialmente, en los nichos de mercado.

Crear ventanas emergentes en tu sitio Web es muy fácil. Sin embargo hay algunos tipos distintos de ventanas emergentes que puedes utilizar.

La ventana emergente a la salida, que aparece después de que sales del sitio Web, y la ventana emergente de entrada que obviamente aparece cuando entras por primera vez a un sitio.

Yo prefiero la ventana emergente de salida. Entonces, cuando alguien sale de una página de tu sitio Web, encuentra una ventana emergente pidiéndole que se suscriba a tu boletín de noticias.

Esto puede resultar molesto, por eso lo que tú tienes que hacer es utilizar una ventana emergente que te permita saber si esta persona ya ha visto tu ventana emergente, anteriormente, para que no vuelva a aparecer.

Puedes crear este tipo de ventanas si tienes una cuenta en un autorespondedor como Aweber. Aquí tienes más información: http://www.aweber.com/blog/lightbox-default

Uno de los plugins para Wordpress más potentes que te permite hacer estas pop-over es Hybrid Connet: http://www.dominamarketing.com/rd/hybridconnect/

O si quieres un programa de software para hacerla, mira:

http://www.dynamic-popup-generator.com/gindex.htm

Principio #6 – Utiliza Páginas de Aterrizaje Compactas (Squeeze Page)

Las páginas compactas son la mejor forma de "recolectar" suscriptores para tu lista de marketing, incluso para tu newsletter. Es un tipo de página que ya en el año 2003 se empezaba a utilizar y que ha cobrado fuerza en 2013 y 2014, básicamente, porque convierte mucho más que cualquier otro tipo de página.

¿Pero qué es una página compacta?

Básicamente es una página de aterrizaje donde mandamos a nuestros potenciales suscriptores desde cualquier anuncio de publicidad y en la que, a diferencia de las "páginas de aterrizaje", sólo contienen una imagen, un titular, subtítulo y varios beneficios, para completarse con el formulario de suscripción.

En muchas ocasiones las páginas que más convierten son páginas en las que prácticamente sólo se encuentra una imagen (la del incentivo o imán de suscriptores) y el formulario de suscripción.

Aquí tienes algún ejemplo de páginas que convierten muy bien.

65% de Conversión A Leads



36% de Conversión



49% de Conversión



70% de Conversión



Una de las tendencias de estos últimos meses y que multiplica, no sólo la cantidad de suscriptores captados sino también la calidad de los mismos, es NO COLOCAR el formulario de suscripción en la "Página Compacta".

Tal como se ve en la imagen de arriba, la clave es colocar un botón que al pulsarse abra una Pop Over o Ventana Sobrepuesta en la que está el formulario, tal como aparece en la imagen justo de debajo.



Así mientras que la Pop Over aparece en la pantalla, la página compacta se pone en sombra para resaltar el formulario y así lograr que el prospecto no pierda de vista el motivo por el que pulsó el botón: Acceder al "imán de prospectos", también llamado incentivo o pequeño chantaje para que nos deje su e-mail.

Aquí tienes una fantástica herramienta para crear páginas compactas que convierten muy bien y en sólo unos minutos… http://link.leadpages.net/SHA5

Principio #7– Compra Contactos Con Co-Registración

Una forma rápida y fácil de conseguir suscriptores, pero no la mejor forma. Así es como yo describo la Co-registración. No obstante, así hice yo una lista de más 70.000 personas en sólo 2 años. La calidad no es tan buena pero sin duda que fue rentable.

Algunos vendedores le tienen una fe ciega y tienen grandes resultados, otros fallan y tienen que tirar toda la lista entera que consiguieron porque está plagada de direcciones falsas, quejas por spam o correo indeseado, y fundamentalmente de buscadores de obsequios gratuitos.

¿Entonces, qué es la Co-registración?

Básicamente es construir listas comprando suscriptores de un servicio de terceros.

Así es como lo explica el Dr. Ralph Wilson...

"La Co-registración es un enfoque ampliamente utilizado para incrementar el tamaño de tus listas de emails. La Co-registración funciona de esta manera: después de completar un formulario de suscripción, o al salir de un sitio Web, los visitantes son invitados a suscribirse a una o más revistas digitales. Si la tuya figura en este listado y el sitio consigue una cantidad de tráfico sustancial, tú comenzarás a recibir un número de suscripciones".

Lo que haces es pagar un honorario a estas compañías por suscriptor. Así, cada vez que te proveen un nuevo contacto, tú debes pagarles una tarifa. Generalmente varía entre 15 céntimos y 1 €, dependiendo del nicho de mercado y si es una lista simple o de doble verificación.

Siempre ve por una lista de doble verificación, si puedes.

La mejor forma de generar ingresos con este tipo de suscriptores es darles primero un obsequio gratuito. Construye confianza con tus suscriptores. Suscríbelos para un curso gratuito, entrégales algunos productos adicionales como los que has creado antes y recuerda que si alguien quiere ser borrado de tu lista, ¡solo hazlo! ¡Nunca discutas con ellos!, esa es la forma más rápida de conseguir el cierre de tu boletín de noticias.

Esta puede ser una técnica en desuso, pues en el mercado de habla hispana los pocos servicios que había ya no están operativos – entre ellos uno que yo mismo tuve y que hoy ya no existe, pero que mientras que funcionó logró más de 200.000 co-registraciones.

Sin embargo hay una técnica que puedes aplicar hoy y que representa una variante respecto a las co-registraciones.

Co-Registraciones de hoy en día…

Se trata de lograr juntar a un grupo de 4 a 5 propietarios de negocios online que estén atacando tu mismo nicho de mercado y que sean complementarios a lo que tú haces, es decir, que no sean competencia.

La idea es que cada uno de los miembros del grupo pongan una página de agradecimiento detrás de la suscripción a sus listas en la que se OFREZCAN los newsletters de los otros miembros del grupo…

De esta forma los suscriptores captados por cada uno de los miembros, llevarán a los otros, miembros suscriptores de forma gratuita por intercambio.

Puedes comenzar a liderar tú este grupo y buscar a esos no competidores para que podáis aprovecharos y apalancar los resultados.

No lo he probado nunca con un grupo tan numeroso de personas pero si lo he estado practicando tiempo con otro colega, en el que compartíamos esto, y nuestras listas de suscriptores estuvieron creciendo durante algún tiempo.

El inconveniente que tiene esta forma es que no siempre el reparto de suscriptores está compensado y algunos del grupo – depende del interés despertado por el incentivo – se llevan más suscriptores que otros. Sin embargo lo que a uno le debe interesar, no es los suscriptores que se llevan los otros, sino los que se lleva uno mismo.

Principio #8 – Escribe Artículos Gratuitos

Aunque es un hecho que tú pondrás la dirección para suscribirse a tu boletín de noticias en tu caja de recursos al final del artículo, esta no es la mejor forma de conseguir que la gente se suscriba a tu boletín de noticias.

La mejor manera es escribir algunos e-cursos gratuitos a los que la gente pueda suscribirse a través de un autorespondedor y entrelazando los enlaces dentro de tu artículo.

Ahora mismo te explicaré a lo que me estoy refiriendo, CASI NADIE lo está haciendo.

Digamos que tienes un boletín de noticias sobre "Pesca en el Hielo" y estás justamente escribiendo algunos artículos para entregarlos para su publicación. Aquí verás como lo haría yo.

Yo entraría a Aweber.com, compraría una suscripción para su servicio y luego comenzaría a escribir hasta 2 o 3 e-cursos sobre cosas relacionadas con la Pesca en el Hielo y los conectaría a mi autorespondedor.

Ahora, ¿por qué querría hacer esto, si lo que yo quiero realmente es que la gente se suscriba a mi boletín de noticias? Bueno, la redacción de artículos ha comenzado a ser atacada por gente que cree que quitar las cajas de firma de los artículos es una práctica aceptable. Ellos sólo roban el contenido como si fuese propio. Por eso, en lugar de tratar de luchar contra esta gente todos los días de la semana, yo he aceptado que esto va a suceder y tomo mis precauciones para ello, y de hecho es posible que trabaje a mi favor.

Entonces, cuando estoy escribiendo mi artículo, yo les haría saber a los lectores que existe este E-curso gratuito para el que pueden suscribirse. Y no mencionaría que fuese mío. Yo solamente lo entrelazaría en mi artículo para que pareciera que les estoy proveyendo un gran recurso gratuito.

Luego les proveería el enlace al autorespondedor y la forma de suscribirse.

También recuerda que cuando escribes tu caja de recursos para el artículo, tú no debes llevarlos a una página Web para que se suscriban a tu boletín de noticias.

Tú puedes poner la información para suscribirse a tu boletín de noticias en tu caja de recursos de la siguiente manera...

"Para conseguir más información cada semana sobre cómo atrapar más róbalos, suscríbete a nuestro boletín de noticias enviando un email en blanco a tuemail@direccióndeemail-aquí.com".

La mayoría de los autorespondedores como Aweber o Getresponse te permiten recibir suscripciones por e-mail, aunque no tendrás el nombre, al menos si tienes el correo electrónico.

Principio #9 – Utiliza Una Carta De Ventas Para Conseguir Suscriptores

Esto es algo que he visto mucho, últimamente, y que hice en el pasado con un recurso gratuito que se trataba de una membresía donde había cientos de recursos para promocionar tu sitio web. Concretamente: 130 técnicas para promocionar tu web.

Ahora parece que la técnica vuelve a ser utilizada por la gente, aunque te confieso que en este momento no la estoy usando. ¡Quizás la vuelva a usar nuevamente!...

Te cuento en qué consiste....

Se trata de utilizar cartas de venta directa (una carta de ventas completa) para conseguir nuevos suscriptores para un boletín de noticias. La idea es crear una carta de ventas verdadera y completa, como lo harías para un producto que estás vendiendo, y al final de ella, en lugar de un botón para ordenar la compra poner un botón para suscribirse aquí.

Al leer la carta de venta, ni siquiera te darías cuenta que no es para un producto hasta el mismísimo final.

Esto le brinda a tus suscriptores el factor SORPRESA.

Tú haces parecer tu carta de venta tan real que, cuando descubren que es gratis, ellos se sorprenden: ¡Eh, no puedo creer que me estén obsequiando toda esta información de forma gratuita!

Esto es marketing puro, de lo mejor, y es emocionante. El marketing está destinado a ser emocionante, exactamente, como la vida.

Recuerda el marketing es al negocio lo que el sexo al amor… ☺

Principio #10 – Utiliza Mp3 Para Conseguir Más Suscriptores

Hacer entrevistas de audio con expertos en tu campo también es una gran idea para conseguir más suscriptores. Yo no voy a decirte como crear productos de audio porque eso es otro libro completo, pero entrevistar a expertos a través de internet o por teléfono y grabarlo en mp3 hará que tu boletín de noticias cause un gran revuelo alrededor de Internet, especialmente, en campos que no sean el del marketing por Internet, en los que la gente no espera conseguir esta información de gran calidad en forma gratuita.

Cuando tú tomas tácticas del campo del marketing en Internet y las aplicas en otros nichos de mercado en los que no han sido vistas nunca antes, tú serás más conocido. En el campo del marketing por Internet ya se ha hecho todo, nosotros somos todos inmunes a las tácticas más brillantes, porque las vemos casi todos los días, pero otros nichos de mercado se devoran estas cosas.

Crear entrevistas de audio no es difícil, con el equipo adecuado y encontrando expertos para entrevistar es "pan comido".

¿Sabes cómo encontrar expertos en cualquier campo, casi instantáneamente?

La mejor forma de encontrar expertos es utilizar el buscador Google para localizar a la gente sobre la que se está hablando en una materia determinada. Simplemente tienes que ir a Google y buscar por: "Mejores expertos en _____", "10 mejores expertos _____", "ranking de expertos en _____", "top 10 expertos en _____", "Mayores expertos en_____", etc. Hay muchos sitios web, especialmente revistas y magazines online, que realizan concursos y valoraciones por diferentes criterios y catalogan a los expertos estableciendo rankings. También puedes hacer una búsqueda por: "los 10 mejores libros sobre…".

Otra de las formas es ir a Amazon.es o Amazon.com y localizar los libros sobre la temática que quieres localizar expertos. Esta es una buena forma de localizar a los autores.

Diles que tú quieres entrevistarlos porque has leído información que ellos han escrito y que era muy buena, y que tú piensas que tus suscriptores apreciarían esa información.

La mayoría lo hará sin cobrarte un céntimo, si tú estás fuera del campo del marketing, ellos se emocionarán mucho por ser entrevistados.

Cuando ya tengas estas entrevistas, infórmales a los editores con los que has estado en contacto, recientemente, que tienes este gran conjunto de entrevistas en mp3 recién acabadas y que quieres ofrecérselos a ellos de forma gratuita para sus listas.

Instala una sección en tu sitio Web con el enlace para descargar estos mp3 y coloca también un formulario de suscripción para tu boletín de noticias cerca de ellos y te sorprenderás al ver cuánta gente se suscribirá DESPUÉS de escuchar tus mp3.

No hagas que estas personas tengan que suscribirse antes de conseguir los mp3.

Una reflexión final…

Hasta aquí hemos llegado con los 10 primeros principios para construir un negocio próspero sobre una lista de suscriptores. Todavía nos quedan 27 principios más pero no quiero que te satures con toda esta información. Por eso voy a esperar unos días a enviarte los 10 siguientes y así sucesivamente hasta completar los 37 que te prometí.

Ahora ¿Qué es lo más importante?...

¿Ya lo has adivinado verdad?... ¡Pues claro… Poner estos principios en marcha!

Lo primero que tienes que hacer es un plan para desarrollar cada uno de los principios con todos sus detalles. RECUERDA que aquí, en el marketing por internet, los detalles son clave, porque un detalle que falle en tu plan hará que el resultado no sea el mismo.

Ahora ¿Qué te parecería poder contar con todos los detalles… PASO A PASO, para establecer ese plan y llevarlo a la práctica?

¿Qué tal si puedieras contar con las plantillas para poner ese plan en marcha?

Y ¿Qué tal si pudiera "supervisar personalmente" tu evolución, es decir, cómo lo vas haciendo?

¿SERÍA INTERESANTE VERDAD?...

Pues tengo una buena sorpresa para ti… **PUEDES ACCEDER A TODO ESTO** y además por una centésima parte de lo que estás imaginando ahora mismo

¡POR FAVOR, MIRA AQUÍ LOS DETALLES,
PORQUE JUNTOS PODEMOS HACERLO!

http://www.circulodemarketing.com/uneteya

Un placer haber podido compartir contigo estos 10 primeros principios y quedamos emplazados en unos días con las siguientes entregas…

Un abrazo y ya sabes: ¡Nos vemos en la cumbre, cuando tú lo decidas!

Roberto Cerrada

Desde Hoy Tu Mentor En Marketing Online

Un Regalo Adicional…



Descubre Cómo Conseguir Este
Programa Virtual De Entrenamiento Práctico…
¡DE REGALO PARA TI!

http://www.circulodemarketing.com/uneteya